

OPTIMALISASI DAN PENGEMBANGAN UKM DI WILAYAH KELURAHAN TELUK PUCUNG BERBASIS MEDIA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN EKONOMI DAN SOSIAL

**Erli Alifah Natasya Putri¹, Fajria Asri Grahita², Fatia Rahma³, Hasti
Sekartiara⁴, Khoirrun Nisa⁵, Marisa Witanti⁶, Muhamad Suryana⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
e-mail: ¹erlialifah01@gmail.com, ²fajriagrht@gmail.com, ³fatiarhm23@gmail.com,
⁴hastisekar@gmail.com, ⁵nisaakh1@gmail.com, ⁶witantimarisa890@gmail.com,
⁷msuryana51.ms@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

UKM Mart Teluk Pucung menjadi salah satu wadah untuk para pembisnis rumahan seperti UMKM, dimana UKM Mart Teluk Pucung ini disediakan oleh Kelurahan Teluk Pucung untuk menjadi Koperasi Kelurahan.

KKN PMD 02 merupakan program Intrakulikuler yang dilaksanakan mahasiswa Fikom Ubhara Jaya sebagai bentuk pelaksanaan tridharma perguruan tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. KKN PMD 02 membantu untuk mempromosikan UKM Mart kepada masyarakat luas terutama masyarakat Teluk Pucung yang belum mengetahui adanya UKM Mart. KKN PMD 02 mempromosikan UKM Mart melalui Media Sosial antara lain; Facebook, Instagram, TikTok dan Youtube. Kami membuat konten tentang UKM Mart dan Produk apa saja yang ada di UKM Mart untuk diperkenalkan kepada masyarakat dan diunggah ke dalam platform yang sudah kami sediakan tersebut. Oleh sebab itu kami mengadakan kegiatan ini bertujuan mengedukasi warga masyarakat Teluk Pucung terutama pemilik produk UMKM di UKM Mart tentang pentingnya pemasaran digital.

Kata kunci: UKM, media digital, ekonomi dan sosial

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Jenis usaha kecil ini memang sangat kuat dan tahan banting terhadap krisis ekonomi sekalipun. Karena itu kita perlu mengembangkannya, persoalan pemasaran dan promosi merek masih menjadi salah satu kendala terbesar bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan skala bisnisnya. Para pelaku UMKM mengalami kendala menjual produknya. Hal itu tak lepas dari kecenderungan para pelaku usaha tersebut yang lebih memfokuskan diri dalam proses produksi tanpa diimbangi oleh pemasaran dan promosi. Digital marketing menjadi andalan bagi para pelaku bisnis baik perusahaan maupun UKM dalam mengembangkan usahanya dengan kondisi seperti saat ini. Ada banyak keuntungan digital marketing bagi bisnis dari UKM hingga tingkat perusahaan tidak sedikit yang menggeser periklanan konvensional mereka ke digital marketing ini. Dengan digital marketing dapat melayani semua pelanggan tanpa secara langsung sehingga jauh lebih efisien. Apalagi dengan kondisi seperti saat ini tentu akan membuang waktu lebih banyak. Dengan ranah digital, bisa memberikan pelayanan kapanpun dan dimanapun secara *real-time* dan jauh lebih efisien.

Dengan adanya proyek membangun desa ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dalam menjalankan UKM. Karena, UKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil.

Bahkan ketika bisnis baru dijalankan masih dalam tahap perkembangan, sangat memungkinkan pemasaran digital membuat produk kamu banyak dicari dan dibeli oleh konsumen. Itu akan membuat bisnis

mendapatkan lebih banyak profit jika dibandingkan dengan pemasaran *offline*.

Saat ini pemasaran digital merupakan hal yang penting bagi berbagai generasi terlebih para pemilik usaha. Oleh sebab itu kami mengadakan kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pemasaran digital. Salah satu program kegiatan ini mengedukasi warga masyarakat di Kelurahan Teluk Pucung yang belum terlalu memahami tentang pentingnya penggunaan media sosial dalam memasarkan produk. Pemahaman mereka mengenai keefektifan memasarkan di media sosial masih terbilang kurang, maka dari itu kami berusaha mengubah pola pikir mereka melalui program ini.

TEMUAN DI LAPANGAN

KKN PMD 02 melakukan pemasaran melalui Media Sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook dan Youtube. Pada pemasaran yang dilakukan, beberapa halnya membutuhkan riset tentang media sosial tersebut seperti mengunggah di *primetime* yaitu pengguna media sosial banyak mengakses pada waktu tersebut seperti di jam 18.00 hingga 21.00. Dalam temuan di lapangan ini, kami banyak meriset bagaimana cara memasarkan lewat media sosial seperti menemukan konsep untuk konten yang akan diunggah, selain itu kami menentukan judul dan keterangan pada konten yang akan kami unggah, juga kami melakukan pengenalan pada masing-masing media sosial karena ketentuan dan grafik pada setiap media sosial berbeda-beda.

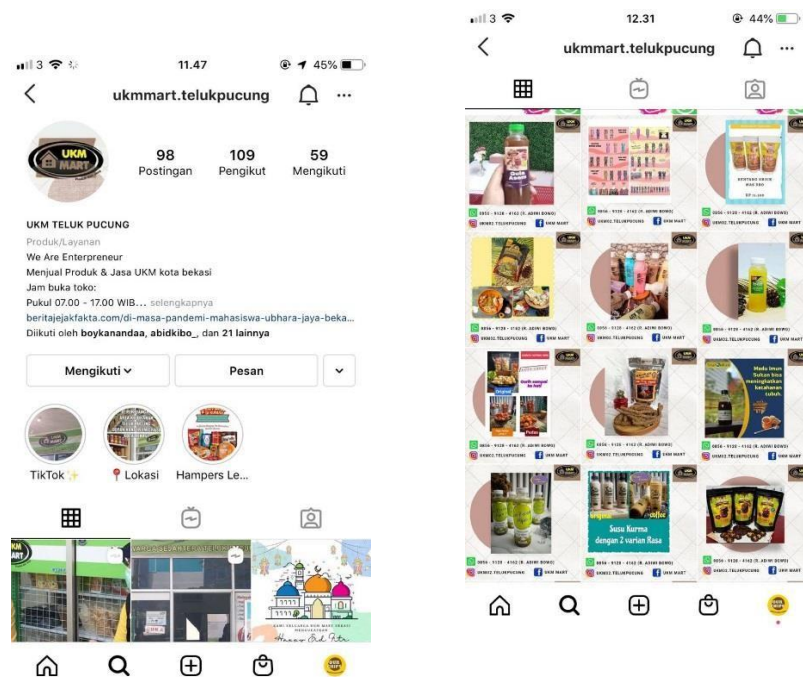
REALISASI DI LAPANGAN

1. Pembuatan Konten

- **Instagram**

Media Sosial pertama yang kami buat dan kami optimalisasikan, membantu pemasaran lewat media sosial Instagram dengan konsep yang kami riset berdasarkan pengelihan dan pengalaman kami. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dan penting dalam suatu bisnis. Sampai saat ini instagram sudah memiliki 700 juta pengguna

dan setiap harinya sekitar 60 juta foto yang dibagikan dan dapat memberikan 1,6 miliar likes. Instagram merupakan aplikasi yang paling populer yang berguna untuk membagikan video dan foto. Pada konten Instagram @ukmmart.telukpucung kami membuat postingan produk yang kami edit secara menarik, dan juga kami selalu mempromosikan produk melalui *story* Instagram, di *Instastory* juga kami posting video konten TikTok dengan tujuan agar *followers* Instagram mengetahui adanya akun promosi melalui aplikasi TikTok.

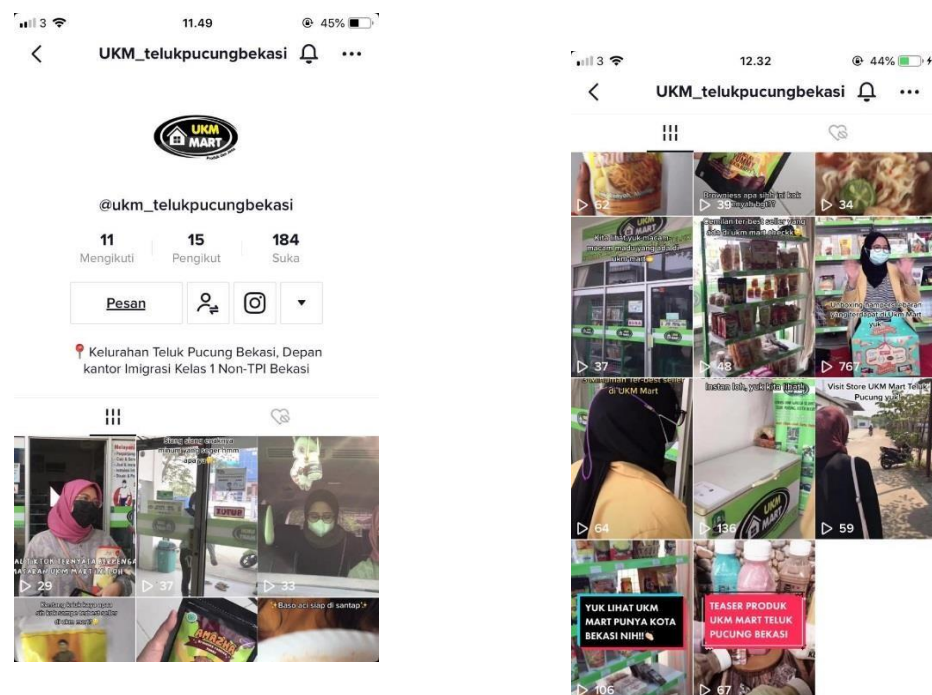


Gambar 1. Konten di Instagram @ukmmart.telukpucung

- TikTok

Merupakan salah satu media sosial yang tengah aktif di berbagai kalangan saat ini. TikTok juga sudah digunakan sebagai media promosi yang efektif, karena memiliki banyak pengguna karena mudah digunakan dan populer digunakan pada kalangan milenial. TikTok juga menjadi salah satu *platform* yang mampu menghasilkan keuntungan menggiurkan. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya pelaku bisnis yang mampu menghasilkan banyak keuntungan dengan menggunakan TikTok. Pada akun UKM Mart ini kami

juga mempromosikan produk yang kami jual lewat aplikasi TikTok. Pada konten TikTok, semua postingan kami selalu membuat konsep terlebih dahulu dan memikirkan grafik pada TikTok seperti bagaimana caranya agar *fyp* (*for your page*) yang berarti konten tersebut sudah masuk di banyak halaman pengguna lain, bagaimana kami memilih lagu yang mencapai standar *fyp*, pembuatan konten TikTok cukup mudah akan tetapi konsep matang sangat diperlukan untuk hal ini, karena pasalnya kami belum meyakini tentang grafik TikTok.

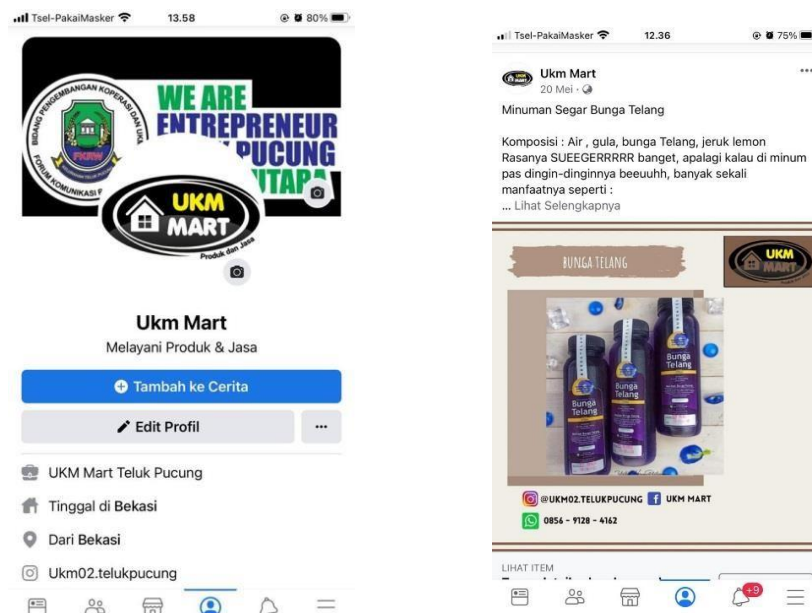


Gambar 2. Konten di Tiktok @ukm_telukpucungbekasi

- Facebook

Jika dibandingkan dengan media sosial yang lain *platform* Facebook dinilai lebih unggul, sebab Facebook dibekali dengan fitur yang tidak dimiliki oleh media sosial yang lain. Oleh karena itu, Facebook dijadikan sebagai media pemasaran yang efektif dalam membantu mempromosikan produk dan jasa yang akan ditawarkan. Karena jangkauan Facebook yang sangat luas serta dapat diakses di mana saja, kapan saja, dan dapat diakses menggunakan komputer dan ponsel. Facebook

merupakan media sosial pertama yang hingga saat ini diakses oleh semua kalangan, yang mana facebook sangat efektif untuk dijadikan media promosi. Dalam hal penjualan, Facebook masih sangat berjalan. Facebook membuka peluang bisnis bagi masyarakat karena pengguna Facebook memiliki rentang usia terbanyak dari 25 tahun sampai dengan 35 tahun yang mayoritasnya adalah ibu-ibu atau bapak-bapak, yang mudah untuk mempromosikannya.

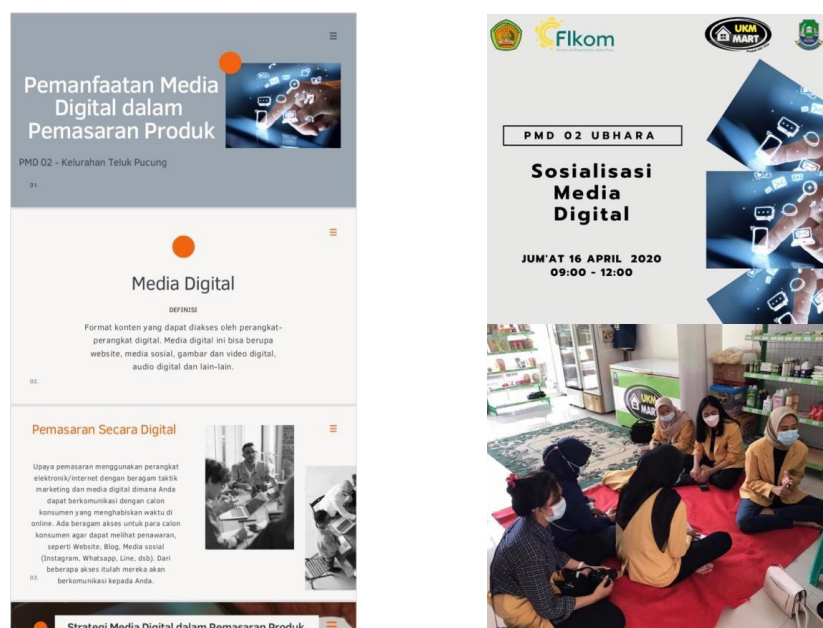


Gambar 3. Konten di Facebook UKM Mart

2. Pelaksanaan Workshop

Selama kegiatan KKN ini berlangsung, kami sudah melaksanakan workshop sebanyak tiga kali. Kami melaksanakan kegiatan workshop dalam rangka memberikan informasi esensial dan lebih banyak pengetahuan bagi anggota UKM Mart Teluk Pucung yang masih belum berpengalaman dalam pemasaran produk yang dijual melalui media digital serta mengembangkan ide dan konsep untuk mempromosikan produk dengan tujuan agar meningkatkan penjualan.

Workshop yang pertama dilaksanakan mengusung tema Pemanfaatan Media Digital dalam Pemasaran Produk yang di mana di dalamnya menjelaskan manfaat media digital dalam bidang sosial dan dalam bidang ekonomi. Dengan menggunakan digital marketing, anda dapat menjangkau target pasar yang lebih luas karena tak terbatas letak geografis. Selain itu, anda juga bisa menentukan sasaran customer seperti apa yang hendak anda bidik sebagai target promosi, baik dari profesi, usia, lokasi, hobi, dan sebagainya.



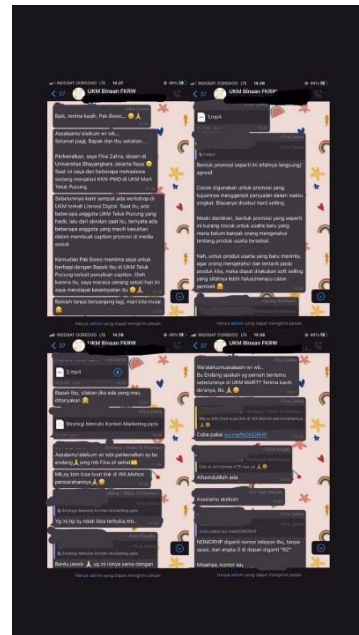
Gambar 4. Workshop Konten di UKM Mart

Selanjutnya pada workshop yang kedua, tema yang diusung yaitu Sosial Media dan Tips Media Sosial Instagram sebagai Media Marketing yang di dalamnya memaparkan mengenai tips dalam mengatur tampilan *feeds* Instagram agar lebih menarik minat calon pembeli. Dalam workshop ini kami memaparkan materi mengenai strategi media digital dalam pemasaran produk yang diantaranya mempromosikan merek dan konten di media sosial untuk meningkatkan *brand awareness*, mengendalikan *traffic*, dan menghasilkan prospek untuk bisnis. Dilihat dari hasil penjualan periode pertama dapat dinilai cukup baik meskipun masih belum seperti yang diharapkan.



Gambar 4. Workshop pembuatan konten medsos

Dan workshop yang ketiga adalah Strategi Menulis Konten Marketing yang Menarik dalam kelas *online* grup Whatsapp UKM Binaan FKRW Kelurahan Teluk Pucung, Bekasi Utara. Dalam grup WhatsApp tersebut masih ada beberapa yang belum mengetahui bagaimana cara menulis *caption* atau deskripsi untuk konten produk yang ingin dipromosikan. Oleh karena itu, dengan diadakannya workshop ini banyak anggota yang antusias bertanya mengenai langkah-langkah apa saja yang diperlukan.



Gambar 5. Pelatihan penulisan konten marketing melalui WAG

KESIMPULAN

Digital marketing menjadi andalan bagi para pelaku bisnis baik perusahaan maupun UKM dalam mengembangkan usahanya dengan kondisi seperti saat ini. Ada banyak keuntungan digital marketing bagi bisnis dari UKM hingga tingkat perusahaan tidak sedikit yang menggeser periklanan konvensional mereka ke digital marketing ini.

Dengan adanya digital marketing, kita dapat melayani semua pelanggan tanpa secara langsung tatap muka sehingga dapat jauh lebih efisien. Salah satu program kegiatan ini bertujuan untuk mendukung warga Kelurahan Teluk Pucung yang masih belum begitu memahami mengenai pentingnya penggunaan sosial media dalam memasarkan produk.

UKM Teluk Pucung telah menjalankan berbagai macam promosi lewat beberapa Sosial Media, dengan adanya promosi lewat sosial media ini diharapkan akan mampu meningkatkan penjualan UKM Mart tersebut.

Manfaat penggunaan media sosial bagi sebagian besar UKM adalah untuk mengadakan kontak personal dengan konsumen, promosi atau *advertising*. Mendata kebutuhan konsumen dan menyampaikan respon ke konsumen. Manfaat yang paling dirasakan oleh UKM adalah media sosial dinilai menjadi sarana komunikasi yang efektif sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis. Selain itu,

penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan *update* informasi setiap hari dan secara konsisten.

SARAN

Kegiatan PMD yang kami lakukan di UKM Mart Teluk Pucung, untuk kedepannya agar UKM Mart mengadakan sistem COD (*cash on delivery*), agar memudahkan konsumen yang tidak bisa datang langsung ke lokasi UKM Mart.

Kami berharap akan dapat meningkat pendapatan masyarakat dalam menjalankan UKM. Karena, UKM merupakan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan. Pengembangan dalam hal penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha mikro, ataupun usaha kecil.

Dengan ini kami mengerjakan semua kegiatan yang sudah kami jalankan, agar tetap dijalankan oleh UKM Mart. Seperti mengelola akun media sosial yang sudah kami optimalkan, sehingga tetap bisa berjalan dan semakin berkembang

Program - program KKN yang telah dilaksanakan, tentunya memiliki rencana untuk terus melanjutkan sehingga program rencana tersebut tetap eksis dan berkembang dengan baik.

RENCANA TINDAK LANJUT

Dalam rangka untuk terus berkembang, rencana tindak lanjut yang sebaiknya dilakukan di antaranya adalah pembuatan konten marketing dan perencanaan strategi pemasaran. Pembuatan konten marketing mencakup meneruskan dan mengembangkan sosialmedia UKM Mart, mengkhususkan sosial media terutama Instagram sebagai akun penjualan yang berisi; katalog produk, harga produk dan review produk, selain itu juga mengadakan sistem COD untuk pembayaran guna meningkatkan penjualan. Kemudian perencanaan strategi pemasaran antara lain yaitu bentuk periklanan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung, serta membuat daftar sasaran pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, D.M., Ellison, Nicole B., 2007, SocialNetwork Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer- Mediated Communication*, Vol 13 No 1.
- Kotler, P., Gary A., 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Marketing Online, 2011, *Strategi Pemasaran via Social Media*, www.marketing.co.id, diakses 13 Desember 2012
- Revyani S. (penj), 2000, *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penerbit Erlangga, Jilid 1, Jakarta
- Setiadi, N.J., 2003, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media Group, Jakarta
- Morrison, 2007., *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Ramdina Perkasa, Jakarta